

Handreiking voor het maken van een Plan van aanpak

1. Doel en motto

Het landelijke motto voor 2018 is 'Geef voor je kerk'. Beter is het nog om een eigen motto te kiezen of het landelijke motto aan te vullen met een thema dat aansluit bij het doel of doelen die de parochie de komende periode wil bereiken.

Wat zijn jullie doelen voor 2018?

Welk motto geven jullie de actie Kerkbalans 2018?

2. Doelstelling

Bij de doelstelling gaat het om het bedrag wat het komende jaar nodig is. Verduidelijk het bedrag dat jullie via de actie Kerkbalans willen werven en geef duidelijk aan waarvoor het geld nodig is. De doelstelling(en) moeten zo dicht mogelijk bij het primaire doel van de kerk liggen en aansluiten op de beleving en belang van de individuele parochianen.

Wat is jullie doelstelling voor de opbrengst van de actie Kerkbalans?

Waar is dit bedrag voor bestemd en hoe is dat opgebouwd?

3. Doelgroep(en)

Met doelgroep wordt bedoeld de parochianen die aangeschreven worden voor de actie Kerkbalans. Het is verstandig niet iedereen te benaderen. Het is bijvoorbeeld weinig effectief om parochianen die langer dan drie jaar niet meer hebben bijgedragen, nog voor de actie Kerkbalans te benaderen.

Bij doelgroepen gaat het vooral om het benoemen van groepen die jullie afzonderlijk van elkaar willen aanschrijven. Bijvoorbeeld omdat jullie willen variëren met de geefvraag of het geefbedrag. Bij doelgroepen kan men denken aan:

- Niet-gevers (vorig jaar niet gegevens, de jaren daarvoor wel)
- Gevers vorig jaar
- Periodieke gevers en gevers met een notariële akte
- Nieuwe parochianen
- Parochianen die voor het eerst worden aangeschreven (denk aan jongeren)

Welke doelgroepen gaan jullie voor de actie Kerkbalans 2018 aanschrijven met welke geefvraag en geefbedrag?

Segmentatie

Segmentatie is het verdelen van een doelgroep in categorieën. Een van de meest effectieve middelen om de opbrengst te verhogen is bijvoorbeeld de doelgroep 'gevers' te segmenteren op basis van het eerdere geefgedrag (bijdrage voorgaande jaar). Bijvoorbeeld:

De doelgroep gevers krijgt het verzoek om hun bijdrage te verhogen met:

- € 0,01 tot € 50,00 met € 5,00
- € 50,00 tot € 150,00 met € 10,00
- € 150,00 tot € 600,00 met € 15,00
- > € 600 met € 25,00

In de brief worden de oude toezeggingsbedragen en de voorgestelde verhoging vermeld;

Gaan jullie segmentatie toepassen en zo ja, hoe?

4. Samenstelling mailpack

De samenstelling van het mailpack is cruciaal. Het bepaalt in hoeverre de mensen de envelop openen, de brief, folder en eventuele andere bijlagen lezen en bereid zijn om tot actie over te gaan. Voor de samenstelling van een mailpack voor de actie Kerkbalans kun je denken aan:

- C5-venstervenvelop met logo Kerkbalans/Parochie
- Gepersonaliseerde brief met adressering en aanhef op briefpapier met logo parochie
- Te naam gesteld toezeggingsformulier inclusief acceptgiro
- Antwoordenvelop met logo Kerkbalans
- Folder

Welke samenstelling heeft jullie mailpack voor de actie Kerkbalans 2018 en waarom?

Elke component heeft zijn functie. Opzet en samenstelling van de afzonderlijke onderdelen en de samenhang van het geheel zijn zeer bepalend voor het succes van de campagne. De tekst en vormgeving van de brief en folder zijn van groot, maar ook de eenvoud en het gebruikersgemak van het antwoordformulier (of andere mogelijkheid om te responderen).

Beschrijf per onderdeel de opzet?

5. Organisatie en distributie

Het meest effectief is de mailing persoonlijk te laten bezorgen en ophalen. Eventuele buitengebieden kunnen per post worden verstuurd. Het is van groot belang de logistiek goed te organiseren en het de vrijwilligers daarbij zo gemakkelijk mogelijk te maken.

Beschrijf hoe de actie Kerkbalans in jullie parochie wordt georganiseerd?

Wat waren eventuele knelpunten uit voorgaande ja(a)r(en) en hoe gaan jullie die bij de komende actie oplossen?

Hoe worden de vrijwilligers geïnstrueerd en welke hulpmiddelen worden daarbij gebruikt?

Denk bijvoorbeeld aan:

- instructiebrief
- bezorglijsten
- bezorgetiketten
- ophaalbriefjes
- mutatieformulieren

6. Publiciteit

Welke middelen worden ingezet voor de publiciteit rondom Kerkbalans 2018?

7. Herinneren

Er zijn meerdere momenten en mogelijkheden om parochianen te herinneren aan het geven van een reactie of het betalen van hun toezegging.

Wanneer en op welke manier herinneren jullie de non-respondenten?

8. Bedanken

Op welke manier worden de respondenten en gevers bedankt?

